lax889889.com 299520.xyz



中国银行业协会
CHINA BANKING ASSOCIATION

中国消费金融公司发展报告 2020

（发布版）

中国银行业协会消费金融专业委员会 编著



liaohan.net nblax520.com

VISIT…

LANZAROTE
Caliente.com

lax889889.com 299520.xyz

每日免费获取报告

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告；

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报；

3、每周分享经济学人

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。



扫一扫二维码
关注公号
回复：研究报告
加入“起点财经”微信群。。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz



中国消费金融公司发展报告 2020

（发布版）

中国银行业协会消费金融专业委员会 编著

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

编写说明

《中国消费金融公司发展报告（2020）》（以下简称《发展报告》）是在中国银保监会非银部指导下，中国银行业协会消费金融专业委员会（以下简称“专委会”）组织编写的分析中国消费金融公司发展状况的年度报告。

《发展报告》在专委会办公室组织下，中银、招联、捷信、兴业、苏宁、中邮、中信等消费金融公司及汉坤律师事务所和惠誉博华信用评级有限公司积极参与编审工作。编写组克服了2020年新冠疫情的不利影响，经过前期调研、素材征集、线上和集中讨论，分工编写、封闭修改等过程最终完成报告。

《发展报告》主体内容分为市场发展、政策与监管、普惠金融与社会责任、未来展望等四个部分。第一章市场发展：在分析经济环境和行业环境的基础上，全面总结了2019年度消费金融公司业务发展的情况。第二章政策和监管：从消费政策、金融政策与金融科技政策等三个方面系统梳理了消费金融发展的政策环境，并从机构监管、行为监管两个方面深刻阐述了消费金融的监管要求。第三章普惠金融与社会责任：通过翔实的数据和案例，展现了消费金融公司在扩大金融服务范围、运用金融科技驱动产品创新等手段践行促进消费增长和普惠金融的社会责任。第四章未来展望：通过分析外部经济、政策环境的变化；行业供求关系与竞争关系以及发展的阶段特征，探索消费金融

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

未来的发展方向和转型路径。

在编写过程中，各成员单位大力支持，提供了大量有价值的意见建议和写作素材；编写组成员深入思考，及时认真完成了各自承担的章节内容。在此，对为本报告编写作出贡献的各成员单位以及编写组成员表示衷心的感谢。由于编写时间、人力和经验有限，不当之处在所难免，诚盼批评指正。

《中国消费金融公司发展报告（2020）》编写组

2020年8月

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

目 录

第一章 市场发展 …… 1

第一节 市场环境 …… 1

一、经济环境 …… 1

二、消费金融行业环境 …… 3

第二节 消费金融公司行业发展 …… 5

一、规模与结构 …… 5

二、风险与催收 …… 7

第二章 政策和监管 …… 12

第一节 消费金融政策 …… 12

一、消费政策 …… 12

二、金融政策 …… 14

三、金融科技政策 …… 17

第二节 消费金融监管 …… 17

一、机构监管：消费金融公司准入 …… 17

二、行为监管：消费金融公司业务合规 …… 19

第三章 普惠金融与社会责任 …… 23

第一节 扩大覆盖范围 …… 23

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

一、扩大客户范围 …… 23
二、促进消费增长—以场景金融为例 …… 29
第二节 推进普惠金融发展 …… 34
一、金融科技驱动产品创新 …… 34
二、积极推动普惠金融实践 …… 37

第四章 未来展望 …… 38

第一节 环境变化 …… 38
一、经济面临较大挑战 …… 38
二、政策环境相对有利 …… 39
第二节 发展趋势 …… 40
一、需求潜力值得关注 …… 40
二、供给规模仍将扩大 …… 41
三、市场竞争日趋加剧 …… 42
四、行业生命周期阶段 …… 43
第三节 发展转型 …… 45
一、发展方向 …… 45
二、转型路径 …… 47

专题：LPR 对于消费金融公司的影响 …… 49

一、LPR基本介绍 …… 49
二、相关法规要求 …… 50
三、LPR合规要求 …… 52
四、直接影响有限 …… 53
五、LPR报价影响小 …… 55

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

第一章 市场发展

2019年，消费金融公司坚持审慎稳健发展，坚守合规底线，践行普惠金融，持续完善产品和服务，积极从追求规模扩张向追求高质量发展转型，整体呈现较好的发展态势。截至2019年末，消费金融公司资产规模达4988.07亿元，同比增长28.67%；贷款余额4722.93亿元，较上年增长30.5%。

第一节 市场环境

一、经济环境

（一）经济保持高位增长

2019年，我国国民经济总体运行平稳，全年国内生产总值为99.09万亿元人民币，较上年增长6.1%，符合6.0%~6.5%的预期目标，仍保持在较高水平（增速领先于世界主要经济体，对世界经济增长的贡献率达30%）。同时由于我国经济规模较大，每年增长的绝对值持续保持在高位，为消费和消费金融的增长奠定了坚实的基础。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

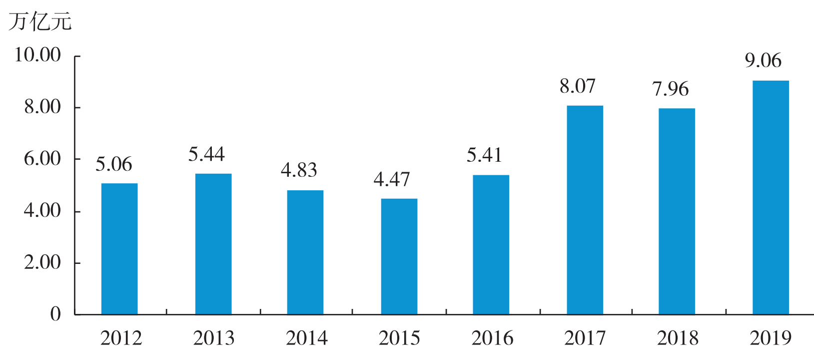


图1—1 2012年以来各年度GDP增量

数据来源：历年国家统计局公告。

（二）人均可支配收入稳定增长

2019年，全国居民人均可支配收入为30733元人民币，首次突破三万元大关，增长8.9%，扣除价格因素后实际增长5.8%。从最近5年来看，居民可支配收入的增速较为稳定，保持在9%左右，波动较小。整体社会的收入增长预期较为稳定，有利于形成较为稳定的消费金融需求。

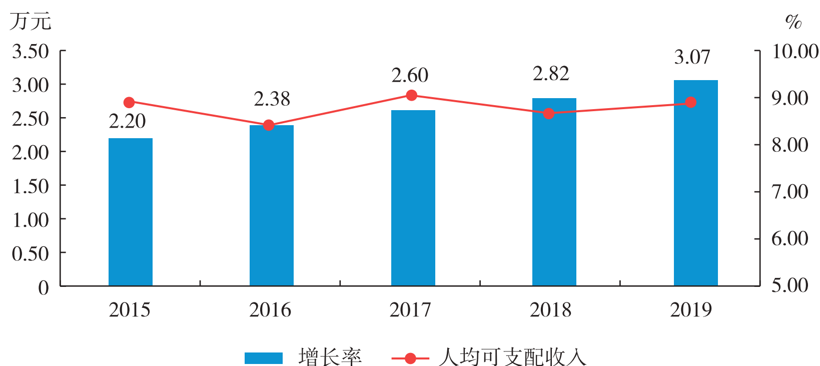


图1—2 2015年以来人均可支配收入变化图

数据来源：历年国家统计局公告。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

（三）社会消费品零售总额持续提升

2019年，全国社会消费品零售总额达到41.16万亿元人民币，较上年增长8.1%。从最近5年来看，整体增长速度有所下滑，但仍保持在相对较高的水平，且明显快于经济增长的速度。

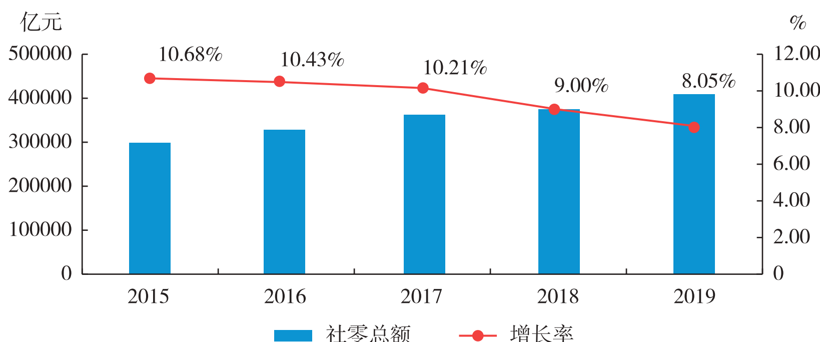


图1—3 2015年以来社会消费品零售总额变化图

数据来源：历年国家统计局公告。

整体来看，我国经济、居民可支配收入、社会消费品零售总额保持稳健增长，消费金融所面临的宏观经济环境较好，市场支撑较强。

二、消费金融行业环境[①]

（一）消费金融行业整体增速放缓

自2015年以来，消费金融渗透率迅速上升，规模迅速扩张。中国人民银行《中国普惠金融指标分析报告（2018）》显示，截至2018年末，全国成年人在银行获得过贷款的比例为39.88%，在银行之外的机

① 这里的行业是广义消费金融行业，不含房贷和经营性贷款。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

构、平台获得过借款的成年人比例为22.85%。截至2019年末，消费贷款余额（不含房贷、经营贷）13.91万亿元，较2015年提升了约135%，翻了一倍多①。近三年来，行业发展明显放缓，增速持续下滑，其中，2019年增速为15.92%，较2018年继续下滑超过8个百分点，但仍高于个人贷款等其他类型贷款的平均增速。

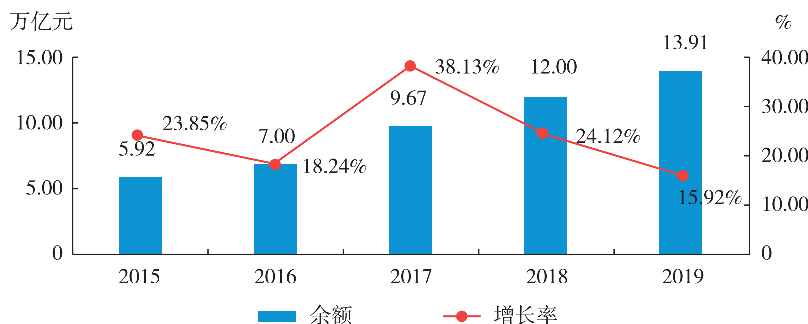


图1-4 广义消费金融余额及变化趋势图（2015—2019）

数据来源：中国人民银行《金融稳定报告》。

（二）P2P清退、互金平台转型中发展

2019年P2P网络借贷平台加速清退，目前，湖南、河南、四川、山东、重庆等地已完全取缔P2P，其他省市也在有序推进。截至2020年3月31日，全国实际在运营网络借贷机构139家，比2019年初下降86%，借贷余额下降75%，出借人数下降80%，借款人数下降62%，机构数量、借贷规模及参与人数连续21个月下降。与此同时，部分P2P平台公司也在加快转型，如部分公司专注为持牌机构导流，以撮合贷

① 2017年、2018年数据源自中国人民银行《金融稳定报告》，口径为短期消费贷款+中长期消费贷款—房贷，其他年份为根据相应数据进行的估算。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

款为主要发展方向；部分公司转型做小贷公司，极少数符合规定的平台正在申请消费金融许可证，转型消费金融公司。2019年之于互联网金融平台①整体来说也是较为艰难的一年，受获客步伐放缓、新增获客成本较高（显著高于大型互联网公司），利率上限约束等因素影响，营收、利润增速明显下滑，多数机构运营模式也从以网络小贷、与金融机构联合贷款为主向撮合助贷转型。

从整体上看，消费金融行业增速有所放缓，但仍保持在相对较高的增速，消费金融公司所面临的行业背景既充满机遇，也不乏较大的挑战。

第二节 消费金融公司行业发展

一、规模与结构

（一）规模稳步增长

2019年，消费金融公司整体增速有所放缓，但仍保持在相对较高的水平。截至2019年末，消费金融公司资产规模达4988.07亿元，较上年增长28.67%；贷款余额4722.93亿元，较上年增长30.5%。

① 包括趣店、分期乐、360金融、拍拍贷等。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

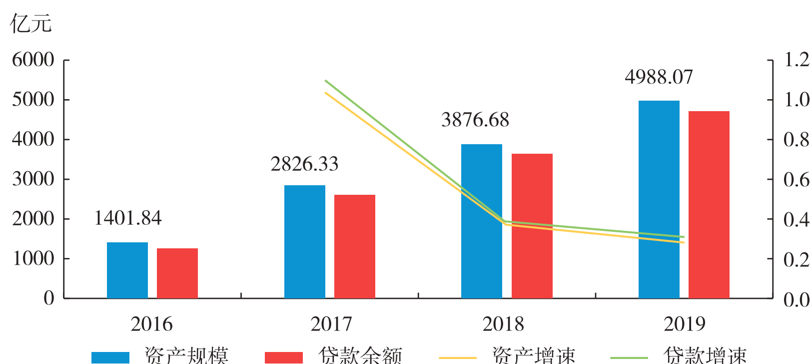


图1—5　消费金融公司资产规模与贷款余额变化情况（2016年—2019年）

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

（二）贷款的期限结构及变化情况

消费金融公司发放的贷款主要为中短期贷款，一般不超过5年，在实际执行过程中往往更低。根据统计，2019年，有3家机构的平均贷款期限为6个月以内，4家机构的平均贷款期限超过了12个月，多达17家机构的平均贷款期限介于7~12个月。从整体上看，消费金融公司的平均贷款期限分布较为平均，以中间期限（7~12个月）为主，平均期限较长和较短的机构均较少。

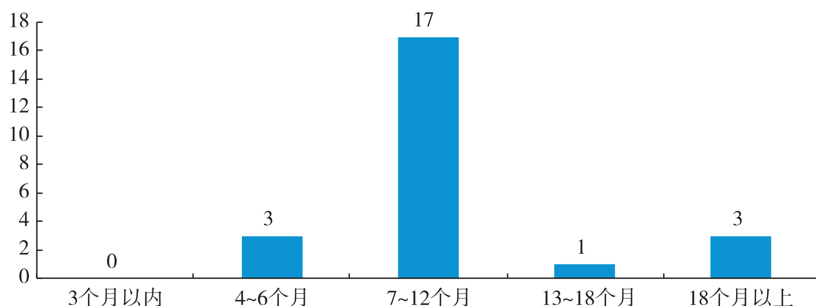


图1—6　各消费金融公司贷款平均期限

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz



二、风险与催收

（一）风险及变化情况

1.整体风险情况

消费金融公司服务的主要对象为传统商业银行无法触达或未能有效服务的中低收入长尾客群（优质客群主要选择银行信用卡或银行消费贷款），风险成本相对较高。针对调查问卷中“哪些因素对公司发展影响较大（限选2项）”问题，在24家参与调查的机构中，多达16家机构选择了“风控成本高企”（系所有选项中选择最多的）；在风险成本变化趋势上，10家机构选择了“成本高、上升”、2家机构选择了“成本高、稳定/下降”、3家机构选择了“成本相对低、上升”、9家机构选择了“成本相对低、稳定/下降”。

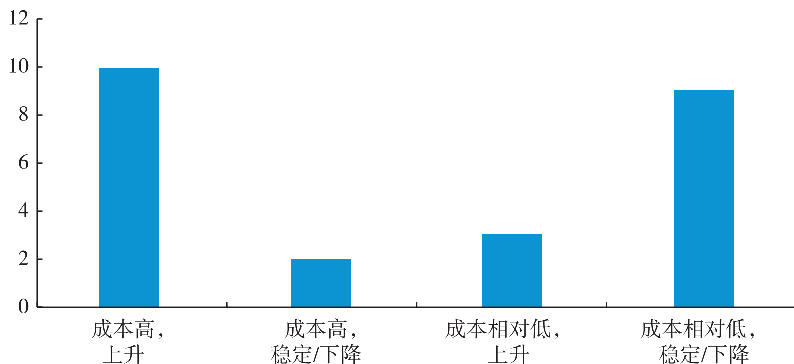


图1—7 2019年各消费金融公司风险成本及变化

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

从风险成本的直接反应指标不良率数据来看，2019年消费金融公司平均不良贷款率为2.63%，略高于信用卡的平均不良水平，较2018年有小幅下降（下降0.11个百分点）；从不良率的中位数来看，2019

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

年为2.03%，较2018年有小幅上升（上升0.1个百分点）。从整体上来看，消费金融公司面临着较大的风险（成本）压力；同时，不良率的中位数与平均数相差较大，也在一定程度上反映了各家机构的风险成本的差异，部分机构的风险成本压力尤甚。

（二）催收效率变化及应对情况

1.催收效率变化情况

近年来，随着监管部门加强个人信息保护和催收行为监管，数据公司、催收公司运营日益规范化，行业的整体催收效率趋于稳定。根据调研数据显示，“关于2019年整体催收情况”，有14家消费金融公司催收效率保持基本稳定，9家消费金融公司催收效率呈下降态势，仅有1家消费金融公司的催收效率上升。“关于贷后催收形势预期”，多达17家消费金融公司认为未来外部形势会继续恶化，整体催收效率进一步下滑；3家消费金融公司认为催收效率将保持稳定；仅有4家消费金融公司认为外部形势会变好、催收渠道优化，催收效率会有所提升。整体上来看，2019年消费金融公司催收效率稳中有降，多数机构对于催收后市的预期相对悲观。

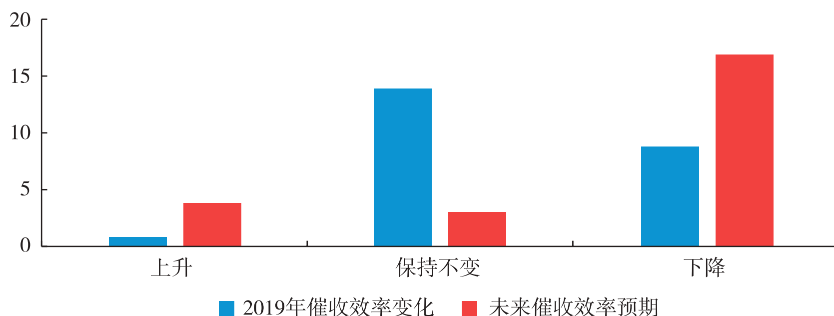


图1—8　各消费金融公司催收效率变化（2019年及未来预期）

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2.催收司法应对情况

催收是业务拓展（含风险策略）的“孪生姐妹”，催收成效的好坏往往也决定了业务拓展的力度和策略。为有效应对不断变化的外部催收环境、保障并提升催收效率，近年来，消费金融公司在加大智能催收力度的同时，也纷纷尝试并拓展了一些新的渠道和手段，并取得了一定成效。一是互联网法院诉讼保全开始取得进展。互联网法院诉讼目前正处于起步阶段，存在电子证据收集确认难、系统对接难等问题，且各地政策不一，整体发展较为缓慢，但目前已有2家消费金融公司（海尔、杭银）取得了积极进展，完成了与互联网法院系统的对接（含证据链的上传确认），实现了案件的线上批量受理与审判，互联网法院诉讼金额占比均超过了20%。二是地方司法效能逐渐显现。消费金融贷款金额往往较小，单笔诉讼效用低、成本高，因而消费金融公司往往与地方法院协调，对未偿还贷款金额相对较大的借款（人）进行批量诉讼。从目前的实践结果来看成效较好，根据统计，多达11家消费金融公司的批量诉讼金额占比均超过了20%。此外，法院受案数量和司法解纷效率也在不断提升。根据统计，2019年5家消费金融公司每批次诉讼案件数介于50~200件，更有两家消费金融公司（海尔、中邮）的每批次诉讼案件数超过了500件。

案例1：海尔消费金融

2019年与当地法院联合搭建的互联网审判系统正式上线运行。一期已采用互联网审判系统批量立案1375件，并已全部审结。互联网审判系统由海尔端和法院端两部分组成。海尔端系统在证据齐全后，一键申请立案，同时系统自动生成起诉状及证据目录，并将诉状、证据

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

目录及全套证据一并推送至法院端系统。法院端系统收到案件后，点击同意便完成立案，随后可在法院端系统进行一键分案及排期。排期后司法辅助人员便可进行发诉，开庭当日庭审笔录可自动生成，庭审结束后判决书便自动生成并加盖法院印章，并可实现一键报结、一键归档。

案例2：杭银消费金融

杭银消费金融接入杭州互联网批量快审系统，可批量采集证据材料、智能生成起诉文书并加盖电子印章成为电子证据，并可通过杭州互联网法院诉讼平台实现在线批量起诉、立案，在线完成举证、质证、庭审、调解、执行等司法活动，有效利用法院异步审理程序，重点突破了签订、履行行为均在互联网上完成的金融借款合同纠纷客群，节省了司法清收时间和人工成本，减少了打印、交通成本等费用，随时随地可查看案件进度、及时跟进和处理诉讼案件，从而更好地维护自身合法权益。同时，杭银消费金融还成功上线司法区块链智能合约项目，成为全国第一家司法链智能合约技术在金融领域成功部署应用的金融机构。杭银消费金融以自营产品作为试点产品，根据智能合约技术规范，完成“尊享贷”产品的合同改造、业务流程及系统支持改造，实现贷前、贷中、贷后相关资料的Hash存证上链，并已成功针对逾期客户提起诉讼并获得胜诉判决。

3.催收电话备案工作

消费金融专业委员会在中国银行业协会的统一部署下，与工信部12321网络不良与垃圾信息举报受理中心（以下简称“12321中心”）

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

共同开展了催收业务外呼电话号码备案工作，并取得了阶段性成果。

自工信部、原银监会等13部委开展综合整治骚扰电话专项行动以来，消费金融公司因客户投诉导致运营商将外呼电话线路封停的事件时有发生，各机构正常的催收业务受到较大影响。专委会在接到情况反馈后，积极响应成员单位诉求，会同协会客服与远程银行专委会、银行卡专委会与12321中心商讨研究解决方案。

2019年底，中国银行业协会与12321中心共同组织了催收业务外呼电话专题交流会。经过会上讨论及会后持续沟通，中国银行业协会与12321中心确定了合作方案，决定共同建立电话催收外呼业务号码备案、公众投诉信息共享的工作机制，构建有利于机构催收业务正常营运的环境，规范消费金融公司电话催收业务的行为。

各消费金融公司按照要求自主上传、更新备案专属催收业务外呼电话号码；并在系统中及时响应、核查涉及已备案电话号码的公众投诉。12321中心将不定期评估各成员单位的备案工作，对不合格的备案电话及相关机构采取注销备案、强制退出等处理措施。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

第二章　政策和监管

第一节　消费金融政策

一、消费政策

（一）宏观政策概览

1.财政政策

2019年3月15日，财政部发布了《关于印发〈服务业发展资金管理办法〉的通知》（财建[2019]50号），其中提出，中央政府从一般公共预算中安排的用于支持现代商品流通发展、促进现代服务业公共服务体系建设的资金为服务业资金。

2.税收政策

税收将一定程度上影响居民的可支配收入，并进而影响居民的消费支出金额。近年来，我国致力于减税降费，并取得了一定的成效。2019年1月1日，《中华人民共和国个人所得税法》正式实施；国务院发布的《中华人民共和国个人所得税法实施条例》和《国务院关于印发〈个人所得税专项附加扣除暂行办法〉的通知》（国发[2018]41号）

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

正式实施。总体而言，上述税收法律法规引入了专项附加扣除机制，并结合新起征点和税率等降低了居民税负，实际增加了居民可支配收入和消费能力。

3.市场监管政策

2019年，相关政府部门出台了较多政策法规进行市场监管，主要集中于消费环境的改善和消费升级的引导。

（1）消费领域信用建设

2019年4月9日，商务部发布了《关于印发〈2019年市场秩序工作要点〉等文件的通知》，将消费领域信用建设作为2019年商务信用建设工作要点之一。

（2）消费基础设施建设

2019年2月12日，商务部等12部委联合发布了《关于推进商品交易市场发展平台经济的指导意见》（商建函[2019]61号）。2019年4月8日，商务部发布了《商务部办公厅关于进一步推动城乡便民消费服务中心建设的通知》。2019年3月18日，工业和信息化部发布了《信息消费示范城市建设管理办法（试行）》（工信部信软[2019]63号）。

（二）消费政策概览

1.就业政策

就业的稳定有利于居民可支配收入的增加，进而促进消费的发展。2019年12月13日，国务院发布了《国务院关于进一步做好稳就业工作的意见》（国发[2019]28号），从稳岗、金融支持、开发新岗位、促进再就业等方面对于稳就业压力进行化解，促进稳就业工作的顺利开展。

2.消费政策

（1）我国2019年的消费政策体现出全面与细化并重的趋势。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2019年1月28日，发改委等10部委发布了《关于印发〈进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）〉的通知》（发改综合[2019]181号）。2019年6月3日，发改委、生态环境部及商务部发布了《推动重点消费品更新升级 畅通资源循环利用实施方案（2019—2020年）》。2019年8月16日，国务院办公厅发布了《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》（国办发[2019]42号）。

（2）细分领域消费支持政策

2019年1月4日，国家体育总局、发改委发布了《体育总局、发展改革委关于印发〈进一步促进体育消费的行动计划（2019—2020年）〉的通知》（体经字[2019]13号）。2019年8月12日，国务院办公厅发布了《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发[2019]41号）。2019年9月4日，国务院办公厅发布了《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》（国办发[2019]43号）。2019年11月24日，发改委等9部门发布了《关于节假日旅游出行环境促进旅游消费的实施意见》（发改社会[2019]1822号）。

总体而言，2019年出台的消费政策涵盖范围较广，对于文旅、体育等行业有一定的偏重；同时，侧重于融合发展与配套基础设施的建设，拟进一步提升消费发展。

二、金融政策

（一）宏观金融政策

2019年，我国对外持续扩大金融市场开放，先后出台或修改了多

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

个法规政策，鼓励境外机构投资中国金融行业及资本市场；我国对内继续深化金融供给侧结构性改革，建设普惠金融体系。

金融开放政策：

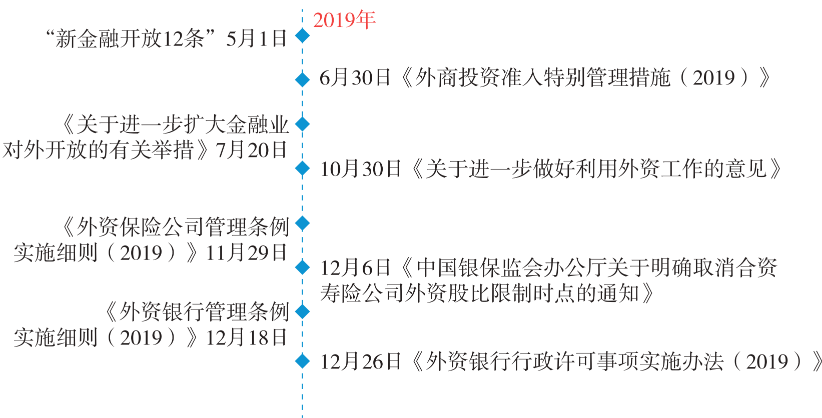


图2–1　2019年金融业对外开放相关法律和政策颁布时间轴

（二）人行二代征信系统与信联正式上线

1.二代征信报告具体的变化和新增内容

在2020年正式上线的第二代人行征信报告中，除继续保留了之前的各项内容外，还增加了就业信息、国籍信息、电子邮件信息等基本个人信息。此外，新版报告中还加入了以下几项对征信评价有较大实质性影响的变化：

对个人手机号码的收集和展示由此前的“仅披露最新的手机号码”调整为“同时披露当前及过往的手机号码”；增加了循环贷款账户信息（即授信信息）的展示；增加了对共同贷款信息（如配偶作为参贷人申请的按揭贷款）的展示；增加了对于“账单分期”信息的展示；以及所展示的信用信息的时间跨度由此前的2年延长到5年。

上述的几项更新体现了人行征信中心对于近几年市场变化所给予

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

的回应，解决了此前授信额度、信用卡分期不会全额计入人行征信系统的问题，进一步完善了人行征信报告对于个人信息的呈现程度。

2.信联（百行征信）的正式运营并对外开放服务

2019年1月1日，经过半年的筹备，百行征信正式上线了首期三款征信产品的测试，其功能如下：

产品名称	功能介绍
个人征信系统	百行征信生产经营的基础产品，能够有效帮助接入机构解决信息不对称问题，防范信用风险，提升授信服务效率
特别关注名单平台	主要为了解决机构面临的多头借贷、恶意骗贷等线上欺诈问题，其中包括经有关方面认定的P2P恶意逃废债借款人信息，向接入机构提供第一道风控屏障
信息核验平台	旨在解决市场上征信数据核验困难，整合了多家第三方数据资源，为接入机构提供合规、安全、权威、高质量的多项接口核验服务

根据百行征信2019年11月公布的数据，百行征信自2019年5月正式开放查询以来，个人信用报告累计使用量突破3500万笔，特别关注名单和信息核实核验产品累计使用量突破1500万笔。

就数据来源而言，百行征信的一大特征是其涵盖了大量来自互联网金融企业的信用数据，但却不仅限于此。截至2019年10月，百行征信拓展机构数已经超过1200家，涵盖互联网金融、消费金融、中小金融和新金融等4大类18小类金融机构。其中，750家机构已与百行征信签订信息共享协议，500家机构已开发API接口。截至2019年底，百行征信已收录个人信息主体1.4亿人，去重后6500万人，信贷账户1.75亿个，信贷记录18亿条。

3.失信后果

与人行征信系统类似，百行征信的“惩戒”效果同样体现在信息

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

主体开展的各类金融信贷活动中，尤其是通过互联网渠道开展的金融信贷活动。具体到“惩戒方式”上，百行征信也同样呈现出类似人行征信系统的“无强制后果”和“无惩戒措施”的特点，即接入机构在获取相应的征信信息后，仅会将该信息作为其信贷审核工作的一项参考，而不会产生确定的“惩戒”效果。

三、金融科技政策

2019年8月22日，中国人民银行印发了《金融科技（FinTech）发展规划（2019—2021年）》（银发[2019]209号）（以下简称《规划》），明确提出将把金融科技打造成为金融高质量发展的“新引擎”，并对未来3年的金融科技工作做出顶层设计。

第二节 消费金融监管

一、机构监管：消费金融公司准入

（一）消费金融公司审批

对于想申请设立消费金融公司的主体而言，方式包括新设与投资入股两种，相关的法规政策主要包括：《消费金融公司试点管理办法（2013）》（中国银监会令2013年第2号）、《中国银监会办公厅关于印发行政许可事项申请材料目录及格式要求的通知》的附件4—《非银行金融机构行政许可事项申请材料目录及格式要求（2015年版）》、

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

《中国银保监会非银行金融机构行政许可事项实施办法》（中国银行保险监督管理委员会令2020年第6号）。

（二）互联网机构投资消费金融公司的动态

2019年，部分互联网企业通过投资入股或新设的方式获得消费金融公司牌照，根据公开渠道的信息，主要包括：

2019年5月，黑龙江银保监局公布了《关于核准哈尔滨哈银消费金融有限责任公司增加注册资本和调整股权结构的批复》，同意度小满（重庆）科技有限公司增资入股哈尔滨哈银消费金融有限责任公司，取得消费金融公司增资后30%的股权。

2019年6月，内蒙古银保监局公布了《关于包头市包银消费金融股份有限公司增加注册资本及调整股权结构的批复》，同意包银消费金融注册资本从3亿元增加至5亿元，其中微梦创科网络科技（中国）有限公司出资2亿元，成为包银消费金融新股东，持股比例达40.00%。

2020年5月，湖北银保监局公布了《中国银保监会湖北监管局关于湖北消费金融股份有限公司调整新股发行对象与规模的批复》，同意湖北消费金融股份有限公司注册资本从5亿元增加至9.4亿元，其中新疆特易数科信息技术有限公司持股比例为24.47%，成为湖北消费金融第二大股东。

2020年5月，重庆银保监局公布了《重庆银保监局关于重庆小米消费金融有限公司开业的批复》，批准重庆小米消费金融有限公司开业，小米通讯技术有限公司出资7.5亿元，持股比例50%。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

二、行为监管：消费金融公司业务合规

（一）贷款服务机构合作的重点合规问题

1.综合息费与前端收费

根据《非银部关于转发〈关于规范整顿“现金贷”业务的通知〉》（以下简称“非银函”）的规定，助贷业务应当回归本源，消费金融公司应要求并保证第三方合作机构不得向借款人收取息费。

2.无证担保

根据非银函的规定，助贷业务应当回归本源，消费金融公司不得接受无担保资质的第三方机构提供增信服务以及兜底承诺等变相增信服务。

2019年10月9日，银保监会等多部委联合发布了《关于印发〈融资担保公司监督管理补充规定〉的通知》，明确规定为各类放贷机构提供客户推介、信用评估等服务的机构，未经批准不得提供或变相提供融资担保服务。对于无融资担保业务经营许可证但实际上经营融资担保业务的，监督管理部门应当按照《融资担保公司监督管理条例》规定予以取缔，妥善结清存量业务。拟继续从事融资担保业务的，应当按照《融资担保公司监督管理条例》规定设立融资担保公司。

3.代收代付

在贷款服务机构与消费金融公司的合作过程中，部分贷款服务机构对资金方放款及用户还款实行资金代收付的操作，可能会被认定为无证经营第三方支付业务。

根据《非金融机构支付服务管理办法》第3条，非金融机构提供支付服务，应当依据规定取得《支付业务许可证》，成为支付机构。未

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

经中国人民银行批准，任何非金融机构和个人不得从事或变相从事支付业务。

4.数据保护

根据目前现行有效的法律法规，就消费金融公司通过网络平台或其他机构收集个人信息的环节而言，一般需要同时满足以下三个条件：（1）遵循合法、正当、必要的原则，收集的个人信息应为实际开展业务所必需，不得收集与提供服务无关的个人信息；（2）明确披露收集内容、使用方法和披露对象；以及（3）取得用户的授权或同意。

（二）金融消费者保护

1.金融消费者权益保护总体要求

2019年11月4日，银保监会发布了《关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》。2019年12月27日，中国人民银行发布了《金融消费者权益保护实施办法（征求意见稿）》，将现行的《金融消费权益保护工作管理办法（试行）》和《金融消费者权益保护实施办法》两份文件合二为一，并对于金融机构应当履行的金融消费者权益保护义务进行了更为明确、具体、可执行的规定，在《金融消费者权益保护实施办法（征求意见稿）》正式发布后，金融机构将可能面临更为严格的金融消费者权益保护义务。

2.规范金融营销宣传行为的要求

2019年12月25日，人民银行、银保监会、证监会和外汇管理局联合下发了《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》，对金融产品或金融服务经营者开展的金融营销宣传予以规范。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

（三）个人信息保护

1.个人信息保护的立法和监管概况

随着各监管职能部门的监管职责的划定和明晰，有关个人信息保护的立法和监管工作在2019年正式迎来了“爆发期”。1月14日，网信办、工信部、公安部、市场监管总局四部门联合发布《关于开展APP违法违规收集使用个人信息专项治理的公告》，重申和强调了《网络安全法》下针对个人信息保护应当遵循的“合法、正当、必要”的基本原则。10月22日，《个人信息安全规范》（GB/T 35273）出台更新版征求意见稿，针对市场环境及技术环境的变化加入了大量新增合规要求，更为契合市场实践，为企业和金融机构开展相应的合规工作提供了更具可执行性的操作方案。

2.个人信息的全生命周期管理

《个人信息安全规范》针对个人信息保护设立了“全生命周期管理”的合规框架思路，根据该标准，目前针对个人信息保护的主要生命周期流程，包括个人信息的“收集”“存储”“传输”“使用”“删除”“销毁”等。

（四）催收

1.消费信贷催收的相关规定

2019年5月8日，银保监会发布了《关于开展“巩固治乱象成果促进合规建设”工作的通知》（银保监发[2019]23号），其中针对消费金融公司提出要按照相关要点开展整治工作，要点中包括“不当催收”。

2019年9月24日，银保监会办公厅发布了《关于开展银行保险机构侵害消费者权益乱象整治工作的通知》，明确要求第三方合作机构的

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

合作合同中需明确约定不得暴力催收。

2.消费金融公司催收的合规要点

总体来说，监管部门对于消费金融公司催收的合规要求主要包括：不得采用暴力等方式催收，包括不得通过暴力、故意伤害、非法拘禁、侮辱、恐吓、诽谤、威胁、骚扰等方式催收贷款。同时，应要求合作的第三方机构亦不会采取前述方式进行催收；建立合作机构名单管理并持续评估，与合作机构在合同中明确约定双方责任义务与风险管理措施，明确约定不得暴力催收，持续检查和有效管控合作机构的执行情况；注意保护借款人的个人信息，如将其披露给合作机构，应确保已经获得借款人的明确授权和同意，同时应要求合作机构不会将该信息用于催收以外的其他目的或泄露给其他主体。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

第三章 普惠金融与社会责任

消费金融公司服务客群不断扩大，截至2019年底，消费金融公司客户数为12727.92万人[①]，较去年同期增长52.29%，客户增长显著。为传统商业银行服务覆盖不到的长尾客群提供了方便快捷的消费贷款服务，尤其是在家装、教育、旅游、3C产品等大额消费领域促进了消费增长，有效地拉动了内需，发挥了消费金融公司应有的社会责任。

第一节 扩大覆盖范围

一、扩大客户范围

得益于国内居民日益增长的消费能力、国家出台的一系列鼓励政策，以及互联网、大数据、人工智能等科学技术的广泛应用，消费金融公司取得较快发展，首先表现在不断扩大的客群覆盖范围。2019年，消费金融公司继续将客户拓展置于发展的重中之重，不断加大投

① 客户数系各家消费金融公司客户数的累加值，并未剔除重合部分。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

入力度，普遍采取了大力拓展新的消费场景的策略，加大自有品牌宣传力度，通过与头部互联网公司、流量平台开展引流合作、联合放贷等多种方式，实现了服务客户数量的增长。截至2019年底，消费金融公司客户数为12727.92万人[①]，较去年同期增长52.29%，客户增长显著。

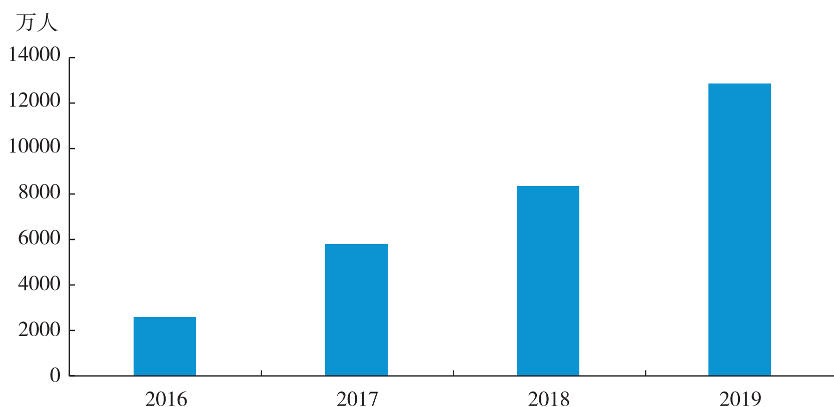


图3–1　消费金融公司客户数（2016—2019年）

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

据统计，高达50%的消费金融公司2019年的新增客户贷款余额占其全部贷款余额的比重超过了60%，仅有1家公司新增客户带来的贡献较少（余额占比不足20%）。这说明消费金融公司新客户拓展较快，新客户对业务规模贡献度较高，消费金融还是一个不断上升的增量市场。

① 同上。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

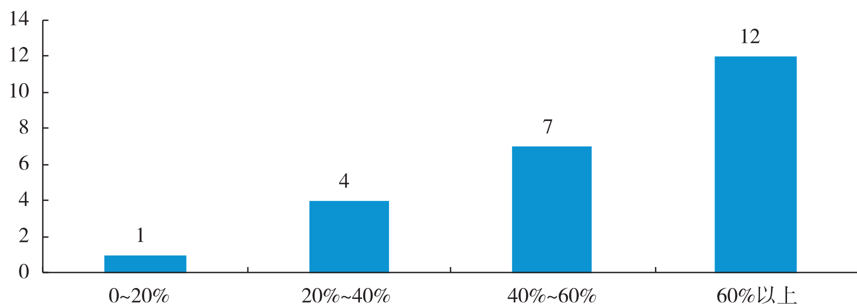


图3—2 2019年消费金融公司新增客户余额占全部余额的比重情况

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

消费金融产品具有小额、快速、灵活等特点，信用风险是最大的风险。对于客户信息的获取一般集中在年龄、学历、收入、地址、个人征信等方面，以综合评判个人信用及其履约能力。在扩大客户覆盖范围方面，消费金融公司客群体现出以下特点：

1.低学历群体金融获得性得到有效提升

通常较高学历的客户收入较高、履约能力也较强。学历对于一个人的收入、信用等一般具有正相关性，所以在个人征信及贷款授信上发挥着关键的作用。与银行信用卡业务不同的是，消费金融公司客群中多数为专科及以下学历，虽然部分消费金融公司推出的部分产品面向较高学历的资质较好客户，但是从整体来看，主要客群仍是大专及以下学历客群。

2019年，高中及以下学历占比在25%~50%之间的消费金融公司达到15家，同比上升达12家，相对而言，大专、本科及以上学历的客户占比有所降低。这说明消费金融公司客户具有“低学历”特征，高中及以下学历占据相当比重，且具有逐步升高的趋势。如果学历是收入水平和信用风险的重要影响因素之一，那么消费金融公司客群下沉拓展效应较为明显。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

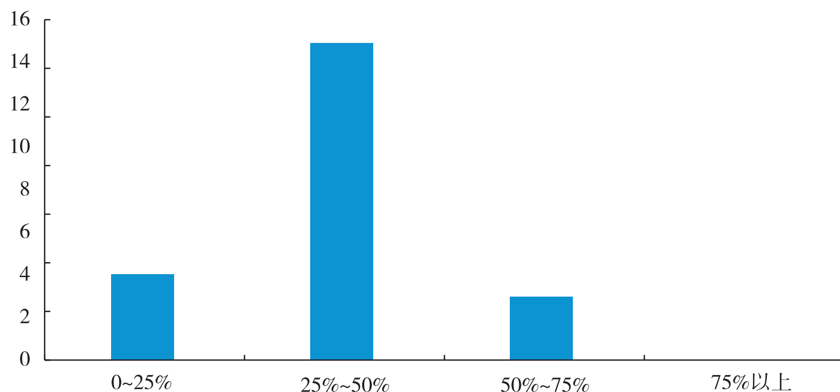


图3—3 2019年消费金融公司高中及以下学历客户占比机构数

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

2.征信白户占一定比例，且还在逐步增长

征信白户是指在人民银行征信中心查询不到信用记录的客户群体，通常没有获得过商业银行贷款服务。一方面，随着金融科技的不断进步，商业银行、消费金融公司等持牌金融机构的金融服务不断渗透下沉；另一方面，商业银行、消费金融公司以外的其他金融机构，陆续接入人民银行征信体系，使得这一群体数量越来越少。

据统计，24家消费金融公司中，除两家无相关数据以外，19家机构客户中征信白户数量及占比在25%以下，同比上升的有9家，高于下降的机构数量。这说明经过消费金融公司及其他金融机构对个人信贷业务的挖掘，征信白户数量越来越少，公民的信用信息建设水平不断提升，但仍有相当一部分机构还在持续下沉，挖掘征信白户的消费金融需求，扩大服务覆盖范围。另外，除了人民银行征信以外，市场征信机构日渐增多，使得消费金融公司能够通过人民银行以外的征信机构，获取客户征信数据，开展贷款审批和发放。值得注意的是，有两家机构的征信白户数占比超过25%，持续下沉的特征明显。向征信白

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

户发放消费贷款，是消费金融公司为传统商业银行零售信贷业务无法触达的客群提供消费信贷服务，发挥“小、快、灵”特点，践行普惠金融的典型体现，对于提高金融服务的可获得性意义重大，对整个社会信用体系的建设发挥了重要的作用。

3.年轻人是消费金融服务的主要客群

年轻群体消费需求较为旺盛，但收入普遍不高，使得这一群体天然成为消费金融服务的主要对象。生命周期消费理论认为，人生的不同阶段，收入和消费是错位的。青年时期收入低，但是消费欲望高，收入往往小于消费支出，产生消费金融服务的需求。

很多专业机构对当下年轻人的消费行为进行分析，发现超前消费、个性消费（为兴趣买单）、网络消费的特点越来越突出。消费金融公司针对当下年轻人的消费需求和消费行为进行分析，开发具有针对性的产品。据统计，部分消费金融公司80后、90后客户占比达到90%以上。其中，90后客户占比普遍在50%左右，有9家消费金融公司的占比达50%~75%，其面向90后客户提供专门产品和服务的特色更加突出。

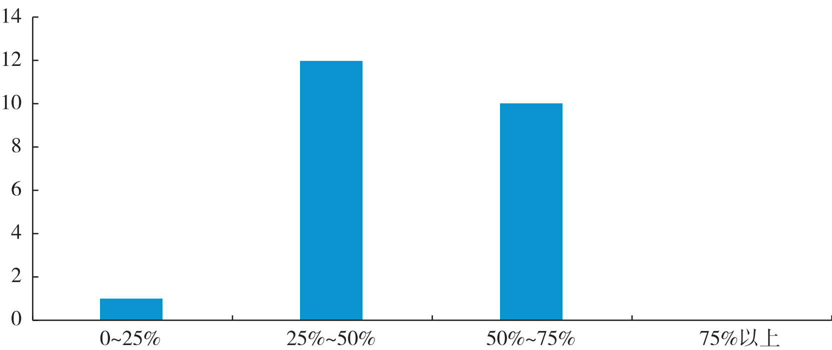


图3–4 2019年消费金融公司90后客户占比分布情况

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4.中等收入群体占比不断上升

随着金融科技的不断发展，征信信息的不断完善，中等收入群体逐渐纳入到消费金融服务的范围。消费金融公司在贷款审批环节，根据获得的客户信息对客户的收入进行验证和预测，以此来作为贷款审批、额度授信和发放的依据。据统计，消费金融公司服务的客户中，月收入在3000~5000元之间的占比较为稳定；有11家消费金融公司反映，月收入在3000元以下的客户占比虽不足25%，但却不断上升；月收入5000元以上客户占比超过75%的公司只有3家，且成立时间较短。这说明消费金融公司在客群定位上，与传统商业银行定位于中高收入客群不同，普遍选择中低收入群体作为服务对象，且随着自身风险管理能力的不断提升，客户选择不断下沉。值得注意的是，有4家消费金融公司反映，月收入在3000元以下的客户占比超过50%，向低收入群体服务的特点较为突出。

据国家统计局5月15日数据，2019年全国城镇非私营单位和私营单位就业人员年平均工资分别为90501元和53604元，最低的三个行业农、林、牧、渔业分别为39340元和37760元，住宿和餐饮业分别为50346元和42424元，居民服务、修理和其他服务业分别为60232元和43926元。全国城镇私营单位就业人员平均月工资为4467元，最低的行业农林牧渔就业人员平均工资为3147元。

消费金融公司的业务主要是向拥有固定收入的居民个人发放消费贷款。以上数据显示，消费金融公司已经向低于全国平均收入最低标准的那部分行业从业者提供了金融服务，而且还将进一步扩大低收入群体的服务范围，显著提高了普惠金融服务的可获得性。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

5.不断向三四线城市[①]下沉

据统计，23家可统计数据的消费金融公司中，17家在一二线城市的客户占比不足25%，且这一比例在不断下降；三线及以下城市可统计数据的21家消费金融公司中，14家公司客户占比在25%~75%之间，且占比不断上升；县域及以下区域可统计数据的19家消费金融公司中，8家客户占比在25%~50%之间，且这一比例不断上升。由这些粗略的统计推测，消费金融公司正在向三四线城市，甚至县城区域不断下沉。商业银行借助金融科技，利用信用卡、个人贷款业务不断下沉，挤压消费金融公司的生存空间。一方面，北上广深等一线城市，金融服务接近饱和，竞争激烈；另一方面，中小城镇、农村地区消费金融服务长期缺位，欠发达地区的金融服务还有很大的市场空间。消费金融业务从大城市迈向小城镇，将逐步填补商业银行传统金融服务的空白。

二、促进消费增长—以场景金融为例

将金融服务融入具体的消费场景，为消费者提供资金，促进买卖双方的交易，从而达到促进消费的目的——这是消费金融服务的主要模式之一。消费场景非常丰富和广泛，包括购物、餐饮、娱乐、家装、旅游、教育、医疗等，可以说，能够产生个人消费的领域都可以纳入消费金融的场景服务范围。但是，受制于支付、审批环节复杂等因素，场景金融主要集中在3C、家电线下门店，医美、家装、教育培训、旅游等金额较大的消费场景，包括线上、线下以及线上线下相结

① 一二线城市：北京、上海、广州、深圳及中东部地区省会城市及计划单列市，包括：天津、济南、南京、杭州、福州、海口，大连、青岛、宁波、厦门，太原、郑州、合肥、武汉、南昌、长沙；三线及以下城市：除一二线城市以外的城市（含地级市及县级市）；县级及以下区域：县乡镇以及农村。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

合的渠道。

消费金融公司有力地促进了消费增长，在提高居民生活质量和消费水平领域，如旅游、教育、培训、医疗、家装等，促进了绿色消费、科技消费和人文消费，较好地满足了人们对美好生活品质的追求，提高了人民生活质量。例如，苏宁消费金融有限公司利用苏宁易购场景支持，自开业以来购物贷累计投放249亿元，占公司投放的35.3%。购物贷服务客户数1886万人，占公司客户的62%。在购物贷款中，免息贷款的占比为53%。可以说，场景消费有效地促进了消费增长。

1.场景金融规模逐渐提升

从交易规模来看，2019年有4家机构的受托支付贷款投放规模占到全部贷款比重的30%以上，6家机构的受托支付贷款投放规模占比介于10%~30%之间，多达14家机构的受托支付占比不足10%。从交易规模的变化情况来看，12家机构表示受托支付贷款投放占比相较2018年有所提升，5家机构出现下降，另有5家机构消费贷款投放占比情况基本不变。从整体上来看，场景消费金融的规模还较小，但占比和重要性在持续提升。

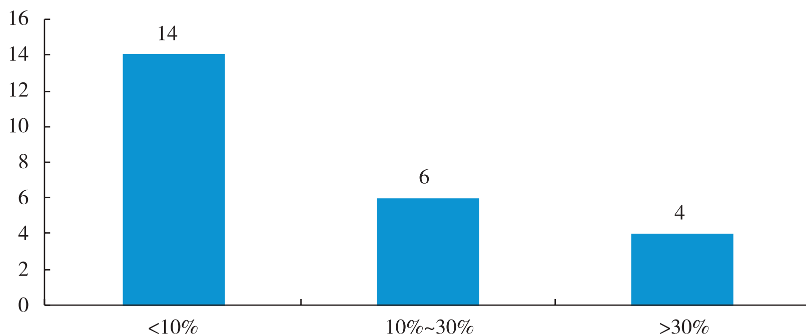


图3–5　2019年消费金融公司场景消费贷款占全部消费贷款比重情况

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2.场景金融覆盖范围扩大

根据统计，目前消费金融公司已将场景金融拓展至3C、家电、家装、旅游、教育/培训、医美等诸多场景。具体来看，10家机构拓展了3C场景，8家机构拓展了家电场景，6家机构拓展了家装场景，4家机构拓展了旅游场景，9家机构拓展了教育/培训场景，6家机构拓展了医美场景，另有12家机构拓展了其他消费场景。整体来看，消费金融公司的场景拓展覆盖范围较广，且呈现继续扩张态势。

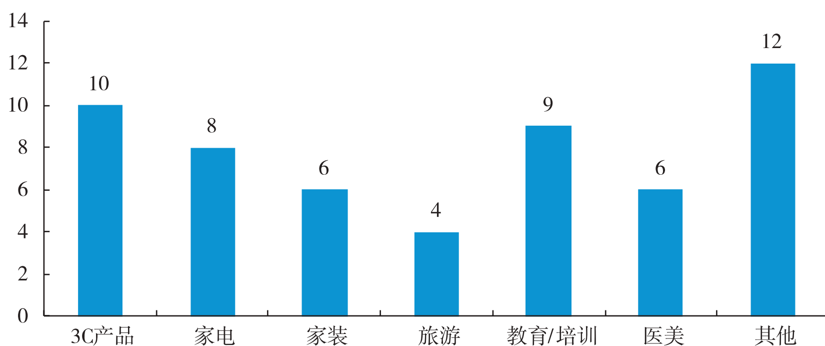


图3–6 消费金融公司各类场景拓展情况

数据来源：中国银行业协会消费金融专业委员会统计。

3.积极拓展场景金融业务

随着移动互联网和线上支付的普及，金融服务逐渐线上化，消费金融场景在传统的3C卖场和装修、教育、医美等线下门店的基础上，日益线上化。通过发展线下场景、线上场景和线上线下相结合场景等多种模式，针对长尾客户的消费场景不断细分，场景金融呈现出更加多元和丰富的特点。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

案例1.医美服务消费场景

消费金融公司：中银消费金融

围绕齿科医疗场景积极会同合作方持续探索打造齿科分期标准业务模式，并与行业头部机构建立业务合作，通过整合双方专业优势，成功落地美牙分期项目，实现了在齿科分期场景的业务渗透。该项目已上线诊所一百余家，覆盖19个省市自治区，截至2019年底，项目逾期率和不良率均为0。

案例2.健身服务消费场景

消费金融公司：捷信消费金融

健身产业是“消费升级”的代表产物，人们在满足了物质需求以后，开始追求更健康的体魄，更健美的形体。2019年开发了健身类消费金融服务，年服务人次1.7万，放款量达1.9亿元。该产品在满足客户日益增长的健康消费需求的同时，也促进了健身产业的发展。

案例3.电器销售场景金融

消费金融公司：海尔消费金融

公司联合海尔集团冰箱产业，助力商户零售。2019年五一期间，产融共创贴息活动首次在山西试点，山西地区选取16家优质商户开展试点，试点期间太原工贸全月销售额1209万元，商户零售额逆势增长31.3%，客单价翻番提升、套购占比突破50%。

5月试点以后，向全国开展，截至2019年12月准入1300家商户，冰箱贴息型号拓展至117款，活动助力商户零售提升销量8898万元。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

案例4.3C产品销售场景金融

消费金融公司：中原消费金融

2019年，中原消费金融与移动运营商及某金融科技公司三方合作，针对移动话费套餐分期的客户提供手机及家电类产品的消费金融服务。在合作期间内，中原消费金融针对不同区域的客户制定不同策略，在河南省、湖北省、陕西省等区域进行投放，服务客户97527名，放款1.5亿元，笔均1506元，采取小额、分散的原则，在消费贷场景拓展方面进行实践，取得了较好的成果。

4.高度关注场景金融风险

作为消费金融重要的场景之一，教育培训一直以来都是各类金融机构角逐的战场。教育培训机构学员通常都是刚入社会参加工作的年青群体，消费需求旺盛，而收入较低，普遍信用资质较好，是商业银行信用卡、消费金融公司、分期商城等的主要目标群体之一。有些培训课程每期价格3万元左右，对于初入社会的年轻人而言，全额付款难以承受。而金融机构介入推出分期付款服务后，学员可零首付报名，灵活分期，普遍支持6~24期分期。只需要提供身份证、银行卡等信息，即可快速申请办理课程分期。以3万元课程费用为例，年化利率18%，分24期还款，学员每月只需还款1300元。还款压力不大，投入资金去提升自己，是初入职场的年轻人较为普遍的选择。

金融机构通过对借款人资质审核，给予授信额度，将资金一次性付给培训机构，借款人按照合同约定每月还款。但是对于机构的经营情况及风险管理不足，机构一旦倒闭或者经营者卷款跑路，风险将由金融机构和借款人承担。在促进消费的同时，场景金融的风险也不容忽视。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

第二节　推进普惠金融发展

2013年，党的十八届三中全会将“发展普惠金融”确立为国家战略。消费金融公司的消费贷款具有单笔授信额度小、审批速度快、服务方式灵活、贷款期限短等独特优势，为商业银行传统金融服务覆盖不到的中低收入客群提供方便快捷的小额信贷服务，是践行普惠金融的重要力量。

一、金融科技驱动产品创新

金融科技的发展为促进普惠金融发展提供了新的机遇。通过金融科技发展，借助互联网和4G通讯，城乡差别、数字鸿沟等不断缩小，传统普惠金融发展面临的成本较高、收益不足、效率和安全难以兼顾等问题逐步得到了解决。线上获客、自动化审批逐步成为市场主流，借助人脸识别、机器学习、云计算、大数据、人工智能、区块链等技术，在批量处理客户申请及审批的同时，引入机器人自动催收，兼顾效率性和安全性。消费金融公司利用金融科技，不断降低服务门槛和运营成本，将金融服务融入民生应用场景，覆盖更多的人群，越来越成为普惠金融的一支重要力量。

案例1：消费金融服务深入山区及少数民族地区

2019年，某消费金融公司结合区域特色，开发健康医疗授信产品专享贷。给予怀孕满8周的适龄孕妇提供医疗扶贫帮扶，以普惠金融精准扶贫的方式提供产前无创筛查、新生儿遗传病产前筛查和干细胞储

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

存等服务。该产品一方面帮助身孕贫困家庭解决资金难题，为更多客户提供了健康医疗服务，另一方面也弥补了西南地区关于产前无创基因检测、新生儿遗传代谢病筛查和新生儿干细胞的互助共享的不足和空白，一定程度上减少了因病致贫和因病返贫的贫困人口。目前业务范围覆盖贵州省主要县市，服务客户近2000户，其中来自少数民族的客户占比约为15%。

贵州六盘水刘女士，第一胎孩子5岁确诊为急性淋巴细胞白血病，经过化疗及药物治疗，孩子病情得以控制但仍无匹配的白细胞可使用，且每月医药费2000～3000元，使得家庭负担沉重。后来，刘女士怀二胎，想通过保存二宝的干细胞，给大宝留下一线希望。经科室医生推荐后参加小青果。刘女士夫妇对比昂贵的存储费用，发现参与小青果，可以选择分期支付费用，分期产品是由小青果合作的某消费金融公司提供的，这给她和家庭大大减轻了经济负担，同时提供了一份实惠可靠的保障。

案例2：为低收入群体研发量身定做的消费金融产品，提高普惠金融服务获得性

2019年，某消费金融公司为某科技园区产业工人开展消费金融专项服务，满足低收入人群的消费金融需求。

产业工人属于劳动密集型的制造业群体，具有如下特征：（1）工作以体力劳动为主，工作时间长，内容重复单调；（2）生活模式固定，基本在车间、宿舍和食堂，手机是主要娱乐方式；（3）文化层次不高，以初高中学历为主，大专及以上学历很少；（4）员工流动性较大，离职率普遍高于10%；（5）收入不高，底薪较低，更多通过加班

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

获得；（6）获得金融服务较少，金融知识普遍匮乏，极少获得银行贷款或信用卡，网贷较多。

基于上述特征，该公司采取以下措施，为该群体研发出量身定制的消费金融产品：（1）前期调研。访谈了该园区人力部工作人员、部分蓝领工人、生活区物业管理人员，了解该区员工总体规模、稳定性、性别比例、年龄分布、学历状况、生活情况、薪酬水平、行为习惯、管理模式等，并进行了问卷调研，为活动开展收集一手资料；（2）活动场地及物料准备。通过各方协调选择小区员工活动中心前坪作为活动场地，专门定制和采购帐篷、座椅、照明设备、小喇叭、跑马灯和沐浴露、洗发水、水杯、雨伞等工友比较感兴趣的物品和生活日用品；（3）活动宣传。注重用通俗易懂的语言，赞美勤劳与奋斗，与高息网贷对比，凸显持牌机构的正规和安全。在园区内多处同步同时投放活动宣传广告；（4）活动实施：①党员活动进园区。联合公司第二党支部开展党员主题活动，免费发放凉茶、藿香正气水、水壶等防暑降温物品，作为暖场营销活动。②注册送好礼。活动现场注册即赠送礼品一份，授信申请通过后获得价值更高的礼品。③邀请有礼。邀请工友办理即可获得抵息券、营销礼品、红包等礼品。④现场氛围营造。围绕活动主题，开展了语音播报、跑马灯展示、电影播放、抽纸免费送等营造现场氛围的方式。⑤内部推广。与园区工会合作达到协助推广活动的目的。通过该项活动，共为近1000名产业工人提供1200万元授信。

得益于科技的进步，消费金融公司得以将触角深入到偏远山区、少数民族地区、制造业工厂等，将金融服务覆盖到贫困地区和贫困人口，包括母婴、农民工、产业工人等在内的弱势群体也能享受到有效的金融服务。消费金融服务，一方面支持了欠发达地区普惠金融的发

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

展，另一方面，改善了社会民生，促进经济发展和社会进步的同时，更彰显了人文关怀。

二、积极推动普惠金融实践

案例3：消费金融公司践行普惠金融战略

某消费金融公司自开业以来，积极践行普惠金融。截至2019年末，服务客户中大专及以下学历占比84%，人行征信“白户”占比达18%，80、90后占比91%，三线及以下城市占比近94%，普惠特性凸显。

某消费金融公司以“都市白领”和“小镇青年”为主要目标客群。2019年新增服务客户580.79万户。从客户结构看，30岁以下客户占比达61%，大专及以下占比达80%，三线及以下城市客户数量占比达79%。

案例4：场景金融下沉至县域市场，推进普惠金融

某消费金融公司教育分期项目深入县域市场。四川省宜宾市珙县客户张先生孩子的学习成绩不理想，他想通过在线课程对孩子的课后学习进行辅导，但是经济上的压力让他望而却步。正当他在为了学费愁眉不展时，遇到该消费金融公司教育分期产品。张先生通过教育分期产品申请借款13608元额度后，先学习、后付费，分12期慢慢还，让孩子提早用上了在线课程。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

第四章 未来展望

在外部环境变化和行业发展竞争的作用下，消费金融行业已经逐步由成长阶段进入成熟阶段，面临市场需求潜力下降和竞争程度加剧的压力越来越大，需要由高速度发展向高质量发展的全面转型。

第一节 环境变化

在经济新常态和新型冠状病毒肺炎疫情冲击的影响下，宏观经济环境和行业发展环境的变化的不确定性增强，需要消费金融公司审时度势，抓住政策机遇，化危为机。

一、经济面临较大挑战

1.经济新常态

改革开放的四十多年来，实现了经济持续的高速增长的世界经济奇迹，人均国民收入近7万元人民币。随着经济规模的日益扩大和经济增长潜力的逐渐释放，中国经济已经由高速增长阶段转向中低速增长的新常态。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com　299520.xyz

2.新冠疫情冲击

经济增速放缓的新常态下，又遭遇新型冠状病毒肺炎疫情的冲击，短期内中国经济增速有所放缓。据国家统计局统计，2020年第一季度中国GDP同比下降6.8%。当前和今后一个时期，我国发展面临的风险挑战前所未有。要用改革开放办法，稳就业、保民生、促消费，拉动市场、稳定增长，走出一条有效应对冲击、实现良性循环的新路子。

3.贸易保护主义挑战有所加剧

新型冠状病毒肺炎疫情后续在全球的传播，对全球经济影响甚至超过1929年世界经济大萧条和2008年全球金融危机，贸易保护主义有所加剧。2020年《政府工作报告》提出：我们要推动贸易和投资自由化便利化，坚定维护多边贸易体制，共同落实中美第一阶段经贸协议。加强与各国经贸合作，实现互利共赢。

二、政策环境相对有利

为降低新型冠状病毒肺炎疫情对经济运行造成的负面影响，政府制定了一系列促进消费增长的政策，客观上也为消费金融公司发展带来了一定政策性机遇。

1.积极的财政政策

积极的财政政策将以更大力度减税降费，继续降低企业增值税税率和企业社会保险费率，以及延缓缴纳税收、减免国有房产租金、降低工商业电价和网络资费等措施，有利于各类企业降低经营成本。

2.宽松的货币政策

相对宽松的货币政策和金融环境将是未来一段时间的主基调，央

liaohan.net　nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

行将持续采取降准降息的宽松货币政策和灵活的再贷款、公开市场操作等货币政策工具，货币供应量和社会融资规模增速将明显提高，有利于各类企业获得便利的融资和成本较低的资金。

3.提振消费与扩大投资有效结合、相互促进

2020年《政府工作报告》指出：我国内需潜力大，要深化供给侧结构性改革，突出民生导向，使提振消费与扩大投资有效结合、相互促进，推动消费回升。通过稳就业促增收保民生，提高居民消费意愿和能力，推动线上线下融合，多措并举扩消费，适应群众多元化需求。

第二节 发展趋势

消费金融行业可能在需求潜力趋于下降和供给规模不断扩大的作用下，逐渐由卖方市场向买方市场转变，由成长阶段向成熟阶段转变，竞争压力不断加大和风险日益加剧。

一、需求潜力值得关注

1.短期需求可能上升

消费金融的需求来自中低收入群体，尤其是年轻群体强大消费欲望与有限可支配收入之间的矛盾。在新型冠状病毒肺炎疫情的影响下，一方面短期压制的消费欲望将逐步释放；另一方面年轻群体更容易因为疫情影响其就业和收入，这一矛盾将更为尖锐，消费金融需求可能在疫情之后出现短期快速增长。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2.长期需求潜力需关注

消费金融的长期需求决定于社会人口结构，即消费金融主体客群年轻人口的规模及其在总人口中的比重。随着经济发展水平逐步提高和社会家庭婚姻以及生育观念的深刻变革，加之长期计划生育政策的影响，年轻一代育龄女性数量和生育意愿的下降，中国人口出生率和年轻人口的规模逐步下降的趋势难以逆转，消费金融主体客群规模将趋于下降，消费金融的长期需求潜力值得高度关注。

二、供给规模仍将扩大

1.现有机构继续扩大规模

消费金融供给主体，除了消费金融公司、商业银行、小额贷款公司等金融机构之外，还包括网络小贷公司、互联网借贷以及大型互联网企业等主体的参与，甚至还包括P2P网络借贷平台服务、民间借贷等主体与个人的参与。

大型国有商业银行日益重视消费金融领域，越来越多的股份制商业银行和城市商业银行也逐渐将消费金融作为业务扩展的重点领域，商业银行的信用卡、个人贷款业务规模稳步增长。

各类互联网机构充分利用其大流量的优势，尤其是其年轻客户为主的客群特征与消费金融主体客群天然重叠的优势，纷纷开展互联网消费金融业务，消费金融的供给规模仍将继续扩张。

2.继续吸引新资本进入

近年来，消费金融业务是全社会广泛关注的新兴金融领域，吸引着越来越多的金融机构进入。当前，消费金融仍然会吸引社会资本和金融机构进入消费金融行业，不断增加消费金融的供给规模。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

近年来，不断传出有新资本入股或新设消费金融公司。一方面，互联网公司积极参与消费金融公司，比如，新浪微博通过旗下独立注册公司入股包银消费金融公司、百度通过旗下度小满科技公司入股哈银消费金融公司、玖富通过旗下科技子公司入股湖北消费金融公司、小米参与新设消费金融公司（已于2020年5月开业）；另一方面，大型传统金融机构新设消费金融公司，比如，平安集团新设消费金融公司（已于2020年4月开业），光大集团筹建阳光消费金融公司，建设银行计划投资百亿筹建消费金融公司等新闻也层出不穷。

三、市场竞争日趋加剧

1.竞争程度不断加剧

在消费金融需求潜力逐渐下降和供给规模逐渐扩大的长期趋势下，消费金融市场从供给不足的卖方市场逐步转向供求平衡，甚至出现供给过剩的买方市场，由蓝海市场逐渐转入红海市场。市场竞争程度日益加剧，竞争不足的格局逐渐转向充分竞争，甚至过度竞争，各消费金融机构将感到越来越大的竞争压力。

2.竞争方式逐步改变

随着市场竞争程度的加剧，消费金融行业的竞争方式也将随着改变，逐渐从增量客户的竞争转向存量客户的竞争，从不同客群、不同产品之间的差异化竞争，转向相同客群、同类产品之间同质化的价格竞争，从低水平的市场规模竞争，转向高水平的服务质量的竞争，从产品和价格的竞争逐步转向内部技术和管理能力的竞争。

3.竞争效应日益显现

随着竞争程度的加剧和竞争方式的改变，竞争将导致成本上升、

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

价格趋同和利润摊薄效应。一方面，各消费金融机构的营销成本将日益上升，管理难度加大导致管理成本不断上升等，整个经营成本趋于上升；另一方面，价格竞争必然使得消费信贷价格不断下降。成本上升效应和价格下降效应的最终结果必然是利润摊薄效应，行业收益率将趋于下降。

4.竞争格局发生改变

竞争必然导致优胜劣汰的马太效应和挤出效应，强者的市场地位在竞争中不断稳固和增强；弱者在竞争中市场规模不断萎缩，甚至可能被挤出市场。优胜劣汰动态竞争过程，导致消费金融行业竞争格局有众多中小机构的充分竞争，逐步转变为大中小不同机构之间的垄断竞争，甚至最终出现少数大型机构之间的寡头竞争格局。

四、行业生命周期阶段

1.波士顿矩阵分析

波士顿矩阵（BCG矩阵）是美国波士顿咨询公司提出的产品生命周期分析方法。将该方法借用分析消费金融产业生命周期，以行业规模为横坐标（分为大、小两段），以行业规模增长率为纵坐标（分为高、低两段），形成四个象限，分别对应行业的四个生命周期阶段：规模小、增长率高的形成阶段；规模大、增长率高的成长阶段；规模大、增长率低的成熟阶段；规模小、增长率低的衰退阶段。消费金融行业已经走过了增长率高的形成阶段和成长阶段，随着增长率逐渐降低将进入成熟阶段。如果增长率进一步降低，甚至长期低于整个国民经济的增速，或者低于整个金融行业的平均增速，也就说明消费金融行业进入衰退阶段。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz



图4—1　消费金融行业波士顿矩阵分析

2.产业生命周期理论

根据行业生命周期理论，消费金融行业发展的多方面特征，也标明该行业逐渐由成长阶段进入成熟阶断。

表4—1　消费金融产业生命周期特征

生命周期	形成阶段	成长阶段	成熟阶段	衰退阶段
市场需求	新需求	快速增长	稳定	下降
市场规模	小	较大	大	下降
市场成长	很快	较快	缓慢	下降
企业数量	多	很多	稳定	减少
企业规模	中小企业	大中小企业并存	大中小企业分化	大企业为主
生命周期	形成阶段	成长阶段	成熟阶段	衰退阶段
进入壁垒	很低	低	高	很高
企业进入	创新企业率先进入	大量新企业进入	新企业进入减少	基本没有新企业进入
企业并购	无	中小企业之间并购	大企业并购中小企业	大企业之间并购
企业退出	无	少	中小企业退出	大企业退出
产业利润	高	较高	稳定	下降
产业投资	很快	较快	稳定	下降

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

续表

生命周期	形成阶段	成长阶段	成熟阶段	衰退阶段
产品品种	单一	多样化	差异化	减少
企业品牌	新品牌	品牌多	大品牌形成	品牌减少
技术创新	创新涌现	新技术应用	技术成熟	技术换代
竞争方式	增量竞争	增量竞争	存量竞争	存量竞争
竞争领域	产品创新	产品差异化	质量竞争	价格竞争
核心能力	战略能力	营销能力	技术能力	管理能力
竞争格局	完全竞争	垄断竞争	垄断竞争	寡头竞争

第三节　发展转型

随着行业发展阶段和竞争方式的转变，消费金融公司要在外部政策和监管的支持和引导下，积极主动地通过深耕场景金融、深化科技应用、精细内部管理、多元拓展业务的方式，向稳健、规范、普惠、特色的高质量发展全面转型。

一、发展方向

1.稳健发展

在行业风险日益加剧和市场需求潜力下降的趋势下，行业发展模式应该从注重规模扩张和市场份额竞争的外延性发展模式，转型为注重风险防控和效益提升的内涵性发展模式。坚守风险防控底线，强化稳健经营理念，坚持业务发展与风险管理能力相匹配的原则，在确保风险防控的前提下，实现规模与质量、风险与收益的最优平衡。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2.规范发展

合规经营和规范发展是正规消费金融机构的基本要求，也是消费金融公司高质量的前提条件。只有不断强化消费金融公司的合规经营理念、逐步提升消费金融行业的规范管理水平，严格按照法律法规以及监管机构各项监管政策和文件的要求，建立企业合规文化和金融风险责任体系，将合规经营贯穿于企业战略、发展模式、经营理念、企业文化，将合规的外在监管要求转化为规范发展的内在经营理念和自律要求，坚持依法合规发展，才能实现消费金融行业健康、稳健、持续、高质量的发展。

3.普惠发展

不忘国家设立消费金融公司的初心，按照国家普惠金融战略的要求，以增进民生福祉为目的，推动消费信贷产品的小额化、广覆盖和普惠化，使得城乡各类低收入群体能够以平等的机会、合理的价格，享受到符合自身需求特点的、便捷安全的金融服务，不断提升消费者的金融服务体验，切实保障消费者的合法权益，提升人们的获得感，共享经济发展的成果。

4.特色发展

根据消费金融公司业务小额、分散的基本原则，针对不同客群的个性化消费金融需求和不同专业细分市场的不同特点，开发出各类专业化、特色化、品质化的细分产品，在具体的垂直细分市场做深、做细、做精、做专，不仅能够有效服务实体经济，也能形成消费金融公司小而美和小而精的独特竞争优势和竞争壁垒，获得消费金融公司的核心竞争专长和长久持续的发展空间。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

二、转型路径

1.深耕消费场景

回归消费金融本源，深耕场景金融。场景金融业务具有用途可控、意愿真实、直接促进消费，是消费金融发展的内在要求和必然选择。消费金融公司需充分认识场景金融发展的紧迫性，加大场景金融的创新力度和传统渠道业务的转型力度，根据小额高频和大额低频等不同消费场景特点，努力推进线上与线下、消费场景与金融服务的无缝嵌入和深度融合。

2.深化科技应用

根据消费金融的客户分散化和业务小额化的零售金融特点，充分利用大数据、云计算、人工智能、区块链等为代表的现代化信息科学技术，进一步提升消费金融企业的获客能力、风控能力和服务水平，不断创新消费金融的新产品、新模式、新业态，深度融合线上线下，进一步推进消费金融的行业变革与模式转型，形成消费金融的核心竞争力。

3.精细内部管理

随着行业竞争压力的加大，企业竞争的路径往往从产品设计、营销推广、产品质量、服务时效、产品价格等外部领域的竞争，逐步向技术能力和成本管理等内部领域的竞争转变。技术和成本是竞争的最终形式和最高层次，其成败最终决定于企业内部管理的精细程度。只有将精细管理落实到前端业务和后端服务、外部经营和内部管理、产品开发与技术应用等的每个环节、每个岗位、每个职员，才能实现成本最低化、服务及时化、执行精准化、管理系统化，才能在竞争中最终取胜。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4.多元拓展业务

随着消费信贷市场规模的稳定甚至相对下降，消费金融公司业务领域也需要从单一消费信贷业务不断进行多元领域的拓展，从大额低频消费场景向小额高频消费场景拓展；从后端消费服务场景向前端就业收入场景拓展；从先消费后付费的传统业务模式向会员折扣、团购折扣、预售折扣、预售众筹等预付费后消费的新型业务模式拓展；从购买型的传统消费方式的金融服务向租赁消费、共享消费、互助消费等新型消费方式的金融服务拓展。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

专题：LPR 对于消费金融公司的影响

一、LPR基本介绍

参考美国、日本等经济体的贷款利率报价机制，我国自2013年10月25日开始执行了贷款市场报价利率（即LPR）集中报价和发布机制。根据《贷款基础利率集中报价和发布规则》相关规定，LPR是指金融机构对其最优质客户执行的贷款利率，其他贷款利率可根据借款人的信用情况，考虑抵押、期限、利率浮动方式和类型等要素，在贷款利率基础上加减点确定。

在以往的实践中，LPR基本追随贷款基准利率，其市场化程度（表现为及时反映市场利率变动情况）有待提升。另外，由于监管部门之前并未要求银行在贷款文本中使用LPR，导致银行发放贷款时基本还是参照贷款基准利率定价，阻碍市场利率向实体经济传导。有鉴于此，2019年8月16日，中国人民银行发布了《改革完善贷款市场报价利率（LPR）形成机制的公告》（中国人民银行公告[2019]第15号，以下简称“15号令”），分别从报价方式、期限品种、报价行数量等方面对LPR进行改革，以期完善其定价机制，调整后的LPR机制主要内容如下：

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

报价方式	各报价行于每月20日（遇节假日顺延）9时前，按公开市场操作利率（主要指中期借贷便利利率）加点形成的方式，以0.05个百分点为步长，向全国银行间同业拆借中心提交报价，全国银行间同业拆借中心按去掉最高和最低报价后算术平均，向0.05%的整数倍就近取整计算得出LPR，于当日9时30分公布。
期限品种	1年期和5年期以上两个期限品种。银行的1年期和5年期以上贷款参照相应期限的贷款市场报价利率定价，1年期以内、1年至5年期贷款利率由银行自主选择参考的期限品种定价。
报价行数量	18家（在原有的10家全国性银行基础上增加城市商业银行、农村商业银行、外资银行和民营银行各2家）
在贷款合同定价中的应用	各银行应在新发放的贷款中主要参考贷款市场报价利率定价，并在浮动利率贷款合同中采用贷款市场报价利率作为定价基准。存量贷款的利率仍按原合同约定执行。
监督管理机制	中国人民银行将指导市场利率定价自律机制加强对贷款市场报价利率的监督管理，对报价行的报价质量进行考核，督促各银行运用贷款市场报价利率定价，严肃处理银行协同设定贷款利率隐性下限等扰乱市场秩序的违规行为。中国人民银行将银行的贷款市场报价利率应用情况及贷款利率竞争行为纳入宏观审慎评估（MPA）。

二、相关法规要求

2019年8月16日，中国人民银行发布了15号令，规定自2019年8月20日起，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布贷款市场报价利率（LPR），并且要求各银行后续的新增贷款主要参考LPR定价，并在浮动利率贷款合同中采用LPR作为定价基准。

2019年8月26日，中国人民银行召开金融机构贷款市场报价利率（LPR）工作会议就LPR形成机制的意义和目的进一步明确，包括深化利率市场化改革、提高LPR的市场化程度，发挥好LPR对贷款利率的引导作用，增强利率传导效率，以改革的办法推动降低企业融资成本，提升金融机构的自主定价能力和综合竞争力，促进金融业稳健经营和可持续发展，推动形成金融和实体经济的良性循环，打破贷款利率隐性下限，推动贷款实际利率进一步下降。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2019年12月28日，中国人民银行发布了《中国人民银行公告[2019]第30号》就存量浮动利率贷款（即2020年1月1日前金融机构已发放的和已签订合同但未发放的参考贷款基准利率定价的浮动利率贷款（不包括公积金个人住房贷款））的定价基准转换为LPR提出相关要求，包括：自2020年1月1日起，各金融机构不得签订参考贷款基准利率定价的浮动利率贷款合同；自2020年3月1日起，金融机构应与存量浮动利率贷款客户就定价基准转换条款进行协商，将原合同约定的利率定价方式转换为以LPR为定价基准加点形成（加点可为负值），加点数值在合同剩余期限内固定不变；也可转换为固定利率。定价基准只能转换一次，转换之后不能再次转换。已处于最后一个重定价周期的存量浮动利率贷款可不转换。存量浮动利率贷款定价基准转换原则上应于2020年8月31日前完成；存量浮动利率贷款定价基准转换为LPR，除商业性个人住房贷款外，加点数值由借贷双方协商确定。商业性个人住房贷款的加点数值应等于原合同最近的执行利率水平与2019年12月发布的相应期限LPR的差值。从转换时点至此后的第一个重定价日（不含），执行的利率水平应等于原合同最近的执行利率水平，即2019年12月相应期限LPR与该加点数值之和。之后，自第一个重定价日起，在每个利率重定价日，利率水平由最近一个月相应期限LPR与该加点数值重新计算确定；金融机构与客户协商定价基准转换条款时，可重新约定重定价周期和重定价日，其中商业性个人住房贷款重新约定的重定价周期最短为一年；如存量浮动利率贷款转换为固定利率，转换后的利率水平由借贷双方协商确定，其中商业性个人住房贷款转换后利率水平应等于原合同最近的执行利率水平；金融机构应利用官方网站和网点公告、电话、短信、邮件和手机银行等渠道通知存量浮动利率贷款客户，协商约定定价基准转换具体事项，依法合规保

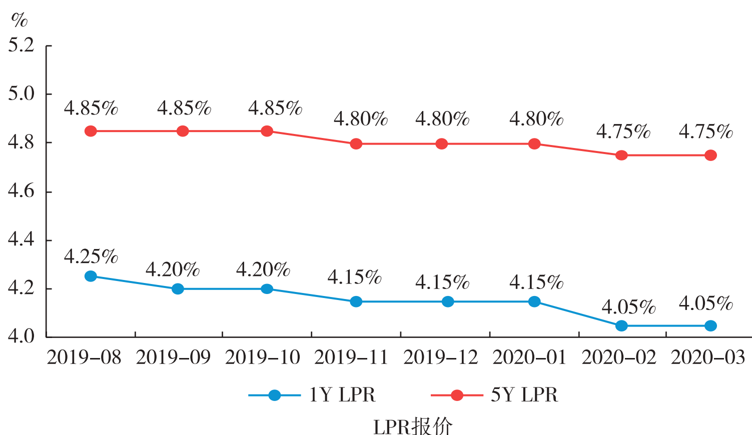
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

障借款人合同权利和消费者权益。

中国人民银行有关负责人在相关的答记者问中明确指出，存量浮动利率贷款定价基准转换的原则为：一是借款人可与银行协商确定将定价基准转换为LPR，或转换为固定利率，借款人只有一次选择权，转换之后不能再次转换。已处于最后一个重定价周期的存量浮动利率贷款可不转换；二是转换工作自2020年3月1日开始，原则上应于2020年8月31日前完成；三是转换后的贷款利率水平由双方协商确定，其中，为贯彻落实房地产市场调控要求，存量商业性个人住房贷款在转换时点的利率水平应保持不变。

同时，除商业性个人住房贷款的其他存量浮动利率贷款，包括但不限于企业贷款、个人消费贷款等，可由借贷双方按市场化原则协商确定具体转换条款，包括参考LPR的期限品种、加点数值、重定价周期、重定价日等，或转为固定利率。



LPR报价

三、LPR合规要求

根据中国人民银行的上述规定，消费金融领域的信贷利率也应遵

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

循LPR的相关合规要求，具体包括：

就存量的个人浮动利率消费贷款（即2020年1月1日前金融机构已发放的和已签订合同但未发放的参考贷款基准利率定价的个人浮动利率消费贷款）而言，应将原合同约定的利率定价方式转换为以LPR为定价基准加点形成（加点可为负值），加点数值在合同剩余期限内固定不变；也可转换为固定利率。定价基准只能转换一次，转换之后不能再次转换。已处于最后一个重定价周期的存量浮动利率贷款可不转换。存量浮动利率贷款定价基准转换原则上应于2020年8月31日前完成。

就新增的个人消费贷款而言，应以LPR为贷款利率的定价基准。即使贷款利率为固定利率，贷款合同中也需明确该等固定利率的LPR基准依据。

四、直接影响有限

随着国家将推动消费稳定增长作为下一步着力的重点，消费规模、消费质量、消费能力、消费环境与消费政策五方面将有较大改善，结合P2P平台及小贷公司的清退与转型，消费金融公司贷款规模有望进一步增长。消费金融公司行业规模的提升有赖于其融资能力的支撑，其当前融资手段主要依靠股东增资、向金融机构借款、通过银行间同业拆借、资产证券化、发行金融债等。

金融机构借款是消费金融公司的主要融资手段，在利率下行背景下，LPR定价改革可能会对其融资形成利好。LPR定价机制改为按公开市场操作利率加点形成，解决了贷款基准利率无法及时反映市场化利率变动问题，从资金的动态维度，消费金融公司在同业资金拆入时点

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

方面可锚定央行MLF操作价格，在授信额度内选择最佳窗口期提款，此举可有效降低企业融资成本。在发放消费贷款方面，消费贷款利率更多体现的是用户的信用风险溢价，加之目前国内借款人对利率的敏感度偏低，即使LPR下行能够促使消费贷款利率下降，我们预计这个过程将会比较缓慢，变化程度也比较有限。

银行间同业拆借市场在准入方面需消费金融公司连续盈利两年，目前符合该资格的消费金融公司共有13家。同业拆借资金主要应用于短期限的流动性配置，同业拆入资金期限多在1年以内，其金额占比较小，并且在融资金额方面其受到《消费金融公司试点管理办法》同业拆入资金比例不高于资本总额的100%的限制。

截至2020年2月末，消费金融公司总计发行24单ABS，总计535亿元，近三年发行规模分别为139亿元、140.5亿元和185.4亿元，发行规模持续增长。对于消费金融公司而言，资产证券化（ABS）业务能够有效地降低中长期资金的融资成本，拓宽融资渠道，改善资金结构，未来有望成为消费金融公司的常规融资手段。在目前所有消费金融公司发行ABS的优先级证券中，除一单产品以外，其他所有产品证券均为固定利率，当前来看固定利率或是消费金融公司发行ABS优先级证券的主要定价方式，因此LPR定价改革对ABS融资带来的影响有限。

金融债方面，截至2020年2月末，消费金融公司历史共计发行6只金融债，合计105亿元，均为固定利率，LPR对于存续债券并无直接影响。但对于新发行的金融债，由于LPR对于投资人的收益预期影响较大，消费金融机构对于发行的窗口期的选择将会直接影响其融资成本。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

五、LPR报价影响小

根据市场上的产品统计，消费金融公司提供的多为固定利率且36个月以内的产品，LPR定价改革对已签订的贷款客户几乎无影响，仅少量以浮动利率签订的客户需要进行调整。例如，消费金融公司历史发行ABS中，仅有1单以含有浮动利率的贷款作为基础资产，所以LPR定价改革整体对存量消费贷款ABS因利率错配带来的兑付风险很小。根据监管要求，金融机构与客户协商定价基准转换条款时，可重新约定重定价周期和重定价日，消费金融公司可将调整期限控制在1年，减少利润降低的空间。

综合以上，LPR定价改革对当前消费金融公司的影响整体而言相对有限。但未来行业内会出现业务规模大、综合成本低、业务效率高且风险把控能力强的消费金融公司，且随着消费金融行业的竞争差异化，消费金融公司可能会在融资及贷款定价方面更多地使用灵活的浮动利率，未来LPR报价对消费金融的影响会随之增大。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国消费金融公司
发展报告
2020



liaohan.net nblax520.com